

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian *Oppo F9* di Global Teleshop WTC Surabaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif. Penelitian kausal komparatif merupakan jenis penelitian yang diarahkan untuk menyelidiki hubungan sebab-akibat berdasarkan pengamatan terhadap akibat yang terjadi dan mencari faktor yang menjadi penyebab melalui data yang dikumpulkan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli *Oppo F9* di Global Teleshop WTC Surabaya. Teknik pengambilan sampelnya dengan menggunakan *accidental sampling*. Berdasarkan teknik *accidental sampling* tersebut didapatkan sampel sebanyak 100 orang responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuisioner yang disebarakan secara langsung kepada konsumen yang membeli *Oppo F9* di Global Teleshop WTC Surabaya dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*This research aimed to examine the product quality, brand image, and price on the buying decision of Oppo F9 at Global Teleshop WTC Surabaya. The research was causal-comparative i.e. a research which aimed to investigate causal relationships based on the observation on causal which happened and found out the cause factor through data collection. While, the population was customers of Oppo F9 at Global telshop WTC, Surabaya. Moreover, the data collection technique used accidental sampling. Based on the accidental sampling technique, there were 100 respondents. Furthermore, the research used questionnaire Which was directly distributed to the customers of Oppo F9 at Global Teleshop WTC, Surabaya. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression. The research result concluded product quality had positive and significant effect on the buying decision. Likewise, price had positive and significant effect on the buying decision. On the other hand, brand image had positive but insignificant effect on the buying decision.*

**Keywords:** *Product Quality, Brand Image, Price, Buying Decision*